



บทวิจารณ์หนังสือ

Made to Stick ติดอะไรไม่เท่าติดหนึบ

(Made to Stick and Why Some Ideas Survive and Others Die)

ผู้วิจารณ์: ภาควงุมิ ทรรรณา

สังกัด: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

E-mail: pakpoom.h@msu.ac.th

ข้อมูลหนังสือ

ผู้เขียน: Chip Heath และ Dan Heath ผู้แปล: วิญญู กิ่งคำคุณ

สำนักพิมพ์: WeLearn จำนวน: 328 หน้า

ภาพรวมของ หนังสือ “Made to Stick” โดย Chip และ Dan Heath นำเสนอมุมมองเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงประสิทธิภาพผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนในใจผู้รับสาร ผู้เขียนได้ตั้งสมมติฐานสำคัญผ่านคำถามเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับปรากฏการณ์การจดจำของมนุษย์ว่า เหตุใดแนวคิดบางประการ

(โดยเฉพาะข่าวลือหรือตำนานร่วมสมัย) จึงสามารถดำรงอยู่และแพร่กระจายอย่างรวดเร็วภายใต้สภาวะที่เรียกว่า “การจดจำที่ฝังแน่น” ในขณะที่ชุดข้อมูลทางธุรกิจหรือแผนยุทธศาสตร์ที่มีโครงสร้างซับซ้อนและเปี่ยมด้วยสาระสำคัญ กลับล้มเหลวในการสร้างความจดจำและถูกละเลยในเวลาอันสั้น การวิเคราะห์นี้มุ่งเน้นไปที่การสืบค้นไปถึงกระบวนการทางพฤติกรรมศาสตร์และกลไกการรับรู้ของมนุษย์ที่ส่งผลต่อความสามารถในการเลือกรับและคงไว้ซึ่งข้อมูลภายในพื้นที่การรับรู้

ในบริบททางสังคมและภาวะวิกฤต ความสนใจในยุคดิจิทัล ในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่สังคมเผชิญกับ “ข่าวสารที่มากเกินไป” (Information Overload) ซึ่งเป็นยุคที่ผู้บริโภคสื่อมีช่วงความสนใจที่สั้นลง หนังสือเล่มนี้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนักสร้างสรรค์คอนเทนต์และนักนวัตกรรมสื่อดิจิทัล ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิผลในยุคใหม่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการนำเสนอข้อมูลในปริมาณมหาศาล แต่ขึ้นอยู่กับการออกแบบสารที่สามารถแย่งชิงพื้นที่การจดจำท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในพื้นที่ดิจิทัลได้ ความเข้าใจในเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากเพียงแค่ “การส่งสาร” ไปสู่การ “สร้างผลต่อความคิด” ได้อย่างเป็นรูปธรรม

หัวใจสำคัญของผลงานชิ้นนี้คือการบูรณาการหลักจิตวิทยาการเรียนรู้ และพฤติกรรมศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อถอดรหัสออกมาเป็นโครงสร้างเชิงปฏิบัติที่เรียกว่า “SUCCEs Model” ซึ่งประกอบด้วยหลักการ 6 ประการ ได้แก่ ความเรียบง่าย (Simple) ความเหนือความคาดหมาย (Unexpected) ความเป็นรูปธรรม (Concrete) ความน่าเชื่อถือ (Credible) การใช้อารมณ์ร่วม (Emotional) และการเล่าเรื่อง (Stories) กรอบแนวคิดดังกล่าวไม่ใช่เพียงทฤษฎีเชิงนามธรรม แต่เป็นชุดเครื่องมือ (Toolkit) ที่ผ่านการพิสูจน์ผ่านกรณีศึกษาที่หลากหลายและร่วมสมัย ช่วยให้ผู้อ่านเห็นความเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการนำไปใช้จริงได้อย่างชัดเจน การใช้กระบวนการเล่าเรื่องเพื่ออธิบายวิธีการทำให้แนวคิด “ติดหนึบ” ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจแก่นของศาสตร์การสื่อสาร แต่ยังทำหน้าที่เป็นต้นแบบของนวัตกรรมการสื่อสารที่ทรงพลังซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ได้ทั้งในบริบททางวิชาการและวิชาชีพขั้นสูง

โครงเรื่องทางความคิดและโครงสร้างระบบ SUCCEs ผู้เขียนได้นำเสนอโครงสร้างเชิงระบบในการออกแบบสารเพื่อให้เกิด “ความยั่งยืนของการจดจำ” โดยไม่ได้มองว่าความสำเร็จของการสื่อสารเป็นเพียงเรื่องของพรสวรรค์ แต่เป็นเรื่อง

ของ กลยุทธ์การจัดระเบียบสาร หนังสือเล่มนี้ได้วางรากฐานผ่านแนวคิดที่เรียกว่า “SUCCEs Model” ซึ่งทำหน้าที่เป็นแผนผังในการตรวจสอบและปรับแต่งชุดความคิดให้สอดคล้องกับกลไกการทำงานของสมองมนุษย์ โดยเน้นการเปลี่ยนผ่านจากข้อมูลดิบไปสู่สารที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจและการจดจำระยะยาว

แกนสำคัญที่หนังสือเน้นย้ำคือการวิเคราะห์อุปสรรคสำคัญของการสื่อสารที่เรียกว่า “อคติของความรู้” (The Curse of Knowledge) เป็นสภาวะทางจิตวิทยาที่ผู้สื่อสารมีความเชี่ยวชาญในเนื้อหามากเกินไปจนไม่สามารถจินตนาการได้ว่าผู้ที่ยังไม่มีความรู้นั้นรู้อะไร ส่งผลให้การสื่อสารมีความซับซ้อนและเป็นนามธรรมเกินไป หนังสือจึงมุ่งเน้นไปที่การ “การปรับปรุงข้อความ” เพื่อเปลี่ยน “สิ่งที่เราอยากบอก” ให้กลายเป็น “สิ่งที่ผู้รับสารจดจำได้” โดยใช้หลักการทำงานประสานกันระหว่างตรรกะและอารมณ์

ผู้เขียนได้อ่านหนังสือเล่มนี้พบว่าคุณค่าเชิงประจักษ์ของหนังสือเล่มนี้ไม่ได้หยุดอยู่เพียงการให้ความรู้เชิงทฤษฎี แต่เป็น “เครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์” (Strategic Toolkit) ให้แก่ผู้อ่านที่เป็นนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ หนังสือทำหน้าที่เป็นเสมือนตะแกรงร่อนความคิดก่อนการเผยแพร่สารสู่สาธารณะ ผู้อ่านจะได้รับเกณฑ์มาตรฐานในการตรวจสอบผลงานตนเองว่ามีความบกพร่องในองค์ประกอบใดที่จะส่งผลกระทบต่อความจำระยะยาวของผู้รับสารหรือไม่ การเปลี่ยนจากการตั้งคำถามว่า “เราจะสื่อสารอะไร” ไปสู่การตั้งคำถามว่า “สารของเรามีองค์ประกอบที่จะติดหนึบในใจคนหรือไม่” ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการสร้างนวัตกรรมสื่อที่มีประสิทธิภาพ

ที่สำคัญความน่าเชื่อถือเชิงประจักษ์ของผู้เขียน (Chip และ Dan Heath) ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการบูรณาการงานวิจัยทางจิตวิทยาเข้ากับกรณีศึกษาจริงจากหลากหลายสาขาวิชาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่วงการสาธารณสุขที่ต้องต่อสู้กับชาวลือ ไปจนถึงยุทธศาสตร์ทางธุรกิจระดับโลกและประเด็นทางสังคมศาสตร์ การที่ข้อสรุปไม่ได้อ้างอิงอยู่บนสัญชาตญาณของผู้เขียนเพียงอย่างเดียว แต่ผ่านการทดลองและมีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับ จึงทำให้หนังสือเล่มนี้มีสถานะเป็นมากกว่าหนังสือบริหารธุรกิจทั่วไป แต่เป็นกึ่งตำราวิชาการที่มีความหนักแน่นและสามารถนำไปอ้างอิงในระดับการทำงานที่เป็นมืออาชีพได้

สุนทรียศาสตร์ในรูปแบบการนำเสนอ ในด้านรูปแบบการเขียน ผู้เขียนแสดงให้เห็นถึง “ศิลปะการเล่าเรื่อง” ที่เหนือชั้น สมกับหัวข้อของหนังสือ ภาษาที่ใช้มีการ

แปลและเรียบเรียงอย่างสิ้นไหล เข้าใจง่าย ลดทอนความซับซ้อนของทฤษฎีจิตวิทยาให้กลายเป็นบทสนทนาที่น่าติดตาม จังหวะการดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจทำให้ผู้อ่านไม่รู้สึกถึงความแห้งแล้งของตำราวิชาการ แต่กลับเกิดความสุขและกระหายที่จะเรียนรู้ในบทถัดไปอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างของหนังสือถูกออกแบบมาอย่างมีตรรกะ โดยใช้หลักการ SUCCESS เป็นแกนกลางในการดำเนินเรื่อง การเรียงลำดับบทเรียนเป็นไปอย่างมีขั้นตอน เริ่มจากการปูพื้นฐานแนวคิดไปจนถึงการลงลึกในแต่ละองค์ประกอบอย่างอิสระแต่เชื่อมโยงกัน ความต่อเนื่องของเนื้อหาช่วยให้ผู้อ่านสามารถสร้างแผนที่ทางความคิดได้อย่างชัดเจน ทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและไม่สับสน แม้จะเป็นผู้อ่านที่ไม่มีพื้นฐานด้านการสื่อสารหรือความรู้ทางนิเทศศาสตร์มาก่อนก็ตาม

หนังสือเล่มนี้มีจุดเด่น คือความเป็น “วิชาชีพประยุกต์” ที่ผู้อ่านสามารถหยิบจับหลักการไปใช้งานได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการเขียนพาดหัวข่าว การออกแบบแคมเปญโฆษณา หรือการนำเสนองานวิจัย แต่ก็มีข้อจำกัดแม้หลักการพื้นฐานทางจิตวิทยาจะเป็นสากล แต่กรณีศึกษาหรือตัวอย่างบางประการในหนังสือมีบริบทอิงกับสังคมและวัฒนธรรมอเมริกันค่อนข้างสูง ซึ่งผู้อ่านในบริบทไทยอาจต้องใช้ทักษะการ “ถอดบทเรียน” เพื่อปรับเปลี่ยนให้เข้ากับค่านิยมหรือวัฒนธรรมการสื่อสารแบบตะวันออกในโลกแห่งการแข่งขันทางข้อมูลข่าวสาร “ไอเดียดียอดเยี่ยม” อาจกลายเป็นสิ่งที่ไร้คุณค่าโดยสิ้นเชิงหากขาดกลยุทธ์ในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนจดจำได้ หนังสือ “Made to Stick” จึงทำหน้าที่เป็นมากกว่าคู่มือเทคนิค แต่เป็นปรัชญาการสื่อสารที่สอนให้เรามอบ “ชีวิต” ให้กับความคิด

ด้วยเหตุผลเชิงประจักษ์ทั้งหมดที่กล่าวมา ผมขอสรุปการแนะนำหนังสือเล่มนี้คือ “แนะนำอย่างยิ่ง” สำหรับผู้ที่ปรารถนาจะเป็นผู้นำทางความคิดในอนาคต เพราะในท้ายที่สุดแล้ว ทักษะที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในศตวรรษที่ 21 ไม่ใช่เพียงแค่การมีนวัตกรรมที่ล้ำสมัย แต่คือทักษะในการสื่อสารนวัตกรรมนั้นให้เข้าไปนั่งอยู่ในใจคนได้อย่างถาวร หนังสือเล่มนี้จึงเปรียบเสมือน “เข็มทิศเชิงยุทธศาสตร์” ที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานการสื่อสารของคุณจากการเป็นเพียงผู้ส่งสาร ไปสู่การเป็นนักสื่อสารที่สร้างแรงสั่นสะเทือนต่อความรู้สึกและนึกคิดของผู้อ่านอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ชิป ฮีธ และ แดน ฮีธ. (2551). *Made to Stick ติดอะไรไม่เท่าติดหนึบ*.
(วิโรจน์ ภัทรมนตรี, แปล). วีเลิร์น.

